



## CONDICIONES DE COMPETENCIA EN MERCADOS GUATEMALTECOS

**Autor:** Guillermo Díaz\*

### Introducción

Guatemala es el único país con una economía de mercado en América Latina que no tiene una ley de competencia. A pesar de que se presentó por primera vez un proyecto de dicha ley en 2001, y del compromiso adquirido en el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea en 2010 para aprobarla a más tardar el 30 de noviembre de 2016, ésta aún no se ha llevado a cabo.

Durante más de dos décadas hubo en el Congreso de la República diversos proyectos de ley de competencia. Los primeros, presentados entre 2001 y 2004, no pasaron la fase de propuesta. El tema fue considerado de nuevo hasta 2011 y el proyecto obtuvo el dictamen favorable de la Comisión de Economía y Comercio Exterior, pero no continuó el

trámite de aprobación. Un nuevo intento de emitir la ley se realizó entre 2015 y 2016 con motivo del vencimiento del plazo establecido en el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea. Sin embargo, al igual que los anteriores, fue fallido (Muñoz, 2024). Ahora bien, el mismo permitió elaborar un proyecto de ley adecuado desde el punto de vista técnico, el cual, con modificaciones, el Congreso de la República intenta aprobar en 2024.

Las diversas propuestas de ley de competencia, tanto en el pasado como ahora, han sido objetadas por el sector privado y sectores sociales y políticos afines, con diversos argumentos como: el país no la necesita o no tiene capacidad para implementarla. A pesar de esta oposición sistemática, la actual coyuntura

\* Investigador del Departamento de Ciencias Económicas del Instituto de Investigación en Ciencias Socio Humanistas (Icesh) de la VRIP-URL.

política y la discusión que ha existido sobre el tema han creado condiciones proclives a la aprobación, aunque existe el riesgo de que no sea así.

En Guatemala la competencia es un tema poco investigado. Pocos son los estudios que se pueden consultar al respecto. Este documento describe y analiza las condiciones generales de competencia de varios mercados de productos y servicios de la economía guatemalteca. El análisis incluye estructura y nivel de competencia de los mercados según índices de concentración, identificación de prácticas contrarias a la competencia y estimación del daño económico de las mismas para el consumidor. Por último, se aborda la ley de competencia como tal. El propósito del análisis es aportar elementos que ilustren por qué el país necesita una ley en esta materia.

### Mercados concentrados y con poca competencia

Los índices de concentración son utilizados para cuantificar la estructura vigente en un mercado. Estos pueden comprender muchos competidores en disputa, en cuyo caso existe competencia; en otros, solo algunos (lo que se denomina oligopolio) o un solo «competidor» tienen dominio de mercado (monopolio), situación en la cual la competencia tiende a ser limitada o inexistente (Besanko *et al.*, 2013). En los estudios sobre competencia los dos índices más utilizados para medir concentración e identificar la estructura de mercado son el C4 y el de Herfindahl e Hirschman (IHH). El primero suma la cuota de mercado de las principales cuatro empresas de un mercado. El valor máximo de dicha suma es 100. Si el mismo oscila entre 0 y 40 se considera que existe competencia efectiva. Por el contrario, no existe si es mayor a 40 (Naldi y Flamini, 2014).

El IHH es la suma de la cuota de mercado de cada empresa elevada al cuadrado. Esto se hace para restar importancia a los competidores con mayor cuota. Su valor máximo es de 10 000, cuando existe una sola empresa o monopolio que controla el 100 % del mercado. Si el valor de este índice es menor de 2000 se considera que la intensidad de la competencia es fuerte, y débil si es mayor que dicho número (Besanko *et al.*, 2013).

Un estudio realizado con base en los índices antes referidos, el C4 modificado a C2, con datos de 2019 en dieciséis mercados de productos y servicios de la economía guatemalteca, identificó que la mayoría registró alto nivel de concentración en pocas empresas, según se observa en la tabla 1. En once, las dos empresas más grandes acumulaban más del 50 % de cuota de mercado; en cuatro, dichas cifras eran menores, pero superaban el 35 % y sólo en uno eran menor a 10 %. En consecuencia, esos mercados se caracterizaban por una estructura oligopólica o monopólica. En concreto, dos mercados, los de cerveza y bebidas alcohólicas, eran dominados por un monopolio; uno, el de telecomunicaciones, por un duopolio; trece por oligopolio y solo uno, el de generación de electricidad, presentaba condiciones de libre competencia (Díaz, 2021).

**Tabla 1**  
*Índices de concentración en mercados de productos y servicios e intensidad de la competencia*

| Mercado                    | Índice C2 | IHH  | Competencia según el IHH |
|----------------------------|-----------|------|--------------------------|
| Banca                      | 0.50      | 1665 | Fuerte                   |
| Tarjeta de crédito         | 0.43      | 1647 | Fuerte                   |
| Telefonía celular          | 0.96      | 4824 | Débil                    |
| Generación de electricidad | 0.09      | 824  | Fuerte                   |
| Farmacias                  | 0.64      | 2754 | Débil                    |
| Gasolina                   | 0.63      | 2673 | Débil                    |
| Supermercados              | 0.64      | 3060 | Débil                    |
| Gas propano                | 0.71      | 4040 | Débil                    |
| Cereal                     | 0.76      | 3316 | Débil                    |
| Pasta                      | 0.39      | 1850 | Fuerte                   |
| Aceite                     | 0.69      | 3302 | Débil                    |
| Snack                      | 0.35      | 2030 | Débil                    |
| Cerveza                    | 0.98      | 6056 | Débil                    |
| Licor                      | 0.87      | 6974 | Débil                    |
| Agua envasada              | 0.72      | 2997 | Débil                    |
| Bebidas carbonatadas       | 0.60      | 2408 | Débil                    |

*Nota.* La mayoría de los mercados tiene alta concentración y débil competencia. Fuente: Díaz (2021).

En el mercado de alimentos, un estudio también identificó en 2022 un alto grado de concentración en los productos de arroz, azúcar y pollo. El mercado del primer producto era dominado por un monopolio

(Arrocera Los Corrales), con una cuota de mercado de 90 %. El del azúcar lo era por un cartel (Asazgua) en la fase de distribución y el de pollo por un duopolio, que concentraba el 90 % de las ventas. La empresa líder (Avícola Villalobos) registraba una cuota de mercado de 57 % (Díaz, 2023).

El sector de la construcción es otro mercado de la economía guatemalteca con alto nivel de concentración. La producción y distribución de cemento es dominada por una empresa (Cementos Progreso), que concentra 82 % de las ventas nacionales (Fitch Ratings, 2017).

Los datos antes descritos para veinte productos y servicios muestran que, en su mayoría, la economía guatemalteca es oligopólica. Siguiendo a Fuentes (2022), puede decirse que es una «economía atrapada». Desde la perspectiva de la competencia, tener mercados concentrados no es dañino *per se*. Lo es cuando la concentración se constituye en un obstáculo a la competencia y se utiliza para ejercer poder de mercado, que consiste en vender a precios mayores que los existentes en condiciones de competencia o limitar el ingreso de nuevos competidores. La teoría de la organización industrial sostiene que, en general, cuando el nivel de concentración aumenta, los precios suben también porque las empresas tienen incentivos para no competir y para fijar precios más altos con el fin de aumentar su rentabilidad (Tarziján y Paredes, 2006).

### Conductas restrictivas de la competencia

En un mercado la competencia puede estar restringida por barreras de entrada o conductas adoptadas por los competidores. Las primeras son obstáculos que limitan el ingreso de nuevas empresas y pueden ser naturales (consecuencia de la propia dinámica del mercado), legales (creadas por normas jurídicas) o estratégicas (construidas por los competidores). Las prácticas contra la competencia se dividen en horizontales y verticales. Las primeras constituyen acuerdos entre competidores, siendo la colusión de precios o repartición de cuotas las más comunes. Las prácticas verticales son realizadas por empresas que participan en varias fases de la cadena de valor, en especial producción y distribución, lo que les permite fijar precios de reventa o condiciones de exclusividad de venta (Coloma, 2009).

En el caso de Guatemala, en el mercado de productos alimenticios se observa la existencia de una práctica restrictiva de competencia por parte de la empresa líder de arroz, que consiste en ser el principal importador y distribuidor de dicho producto. En el mercado de azúcar existe práctica horizontal anticompetitiva en fijar precios y cantidades de distribución. En la distribución de pollo se identifican las prácticas horizontales de condiciones de exclusividad mediante la venta de una única marca y de fijación de precios de reventa a los vendedores (Díaz, 2023). En el mercado de pasta en 2021 se produjo la práctica de restricción a los canales de distribución, mediante el retiro de la marca La Moderna de las góndolas de supermercados (Euromonitor, 2022).

Conforme a una investigación para la Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía (Torres, 2023), en la comercialización de medicamentos la similitud de precios entre farmacias califica como evidencia de práctica anticompetitiva vertical de fijación de precios de reventa. Esto equivale a eliminar la competencia por precios. Otra práctica es la exclusividad de venta a algunos clientes. En 2022 la empresa FarmaValue (2022a y 2022b) informó que dos laboratorios la excluyeron de proveerle medicamentos, debido a su política de descuentos.

En el mercado de cemento se practica la conducta de restringir a los competidores el acceso a los canales de distribución, a través de vender solo la marca líder. De hecho, la empresa propietaria de la marca es dueña de casi una tercera parte de los centros de distribución al público (Soy 502, 2018 y Fitch Ratings, 2017).

La similitud de precios es una práctica que restringe la competencia en los mercados de distribución de combustibles y gas propano. En la tabla 2 se observa dicha similitud, en especial entre las marcas de los dos principales competidores.

**Tabla 2**  
Precio promedio del galón de combustible por empresa en diciembre de 2023

| Empresa       | Gasolina regular | Gasolina regular | Diesel |
|---------------|------------------|------------------|--------|
| Uno           | 27.47            | 28.97            | 28.97  |
| Puma          | 27.49            | 28.99            | 28.87  |
| Independiente | 27.19            | 28.69            | 28.79  |

*Nota.* Los precios son similares entre competidores. Fuente: elaboración con base en datos del Ministerio de Energía y Minas (2023).

En el mercado de gas propano, las cinco empresas competidoras vendieron la presentación de 25 libras al mismo precio: Q 135 durante 2023. Este hecho es notable considerando que el precio en el mercado internacional fluctuó hacia la baja, pasando de 62 a 50 dólares por barril, entre los meses de enero y diciembre de dicho año (Ministerio de Energía y Minas, 2023).

### Costo económico

La falta de competencia se traduce en daño económico, materializado en un sobreprecio o precio mayor al existente en condiciones de competencia, pagado por el consumidor. La estimación de lo que se paga de más requiere calcular el precio contrafactual o vigente en mercado con libre competencia. Un método para ello consiste en comparar los precios existentes en un mercado con conducta restrictiva de la competencia con uno que no la tiene (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2022).

El método de comparación fue utilizado por Díaz (2023) para estimar el sobreprecio que paga el consumidor guatemalteco en el mercado de arroz. Para el efecto, comparó el precio vigente en 2022 en Guatemala, de Q 4.70, que a un tipo de cambio de Q 7.80 equivale a 0.60 de dólar estadounidense, con el precio promedio de El Salvador, Honduras y Costa Rica, de US\$ 0.55. El resultado muestra la existencia de un sobreprecio en Guatemala, equivalente a casi 10 % por bolsa de 400 gramos en el citado año.

En el mercado de gas propano se estima que el consumidor guatemalteco paga un sobreprecio de US\$ 6 en la compra de la presentación de 25 libras, respecto a los compradores de El Salvador y Honduras. Esto indica que en Guatemala el margen de ganancia es mayor que en esos países, de 52 % contra 25 %, respectivamente (Díaz, 2024).

En los mercados de internet y cemento también existe en Guatemala un sobreprecio, comparado con lo que pagan los consumidores en El Salvador y Honduras por dicho servicio y producto, según se observa en la tabla 3. En ambos casos, el sobreprecio en Guatemala es de 25 %.

Respecto al servicio de internet, en Guatemala se paga por un *gigabyte* 0.24 de dólar estadounidense más que el promedio de los países vecinos. En la

compra de cemento dicho valor es de US\$ 2.2 por un saco de 42.5 kilogramos.

**Tabla 3**  
*Comparación de precios de Guatemala con El Salvador y Honduras*

| País        | Precio en US\$ del envase de gas propano de 25 lb en 2022 | Precio en US\$ de 1 GB de internet en 2023 | Precio en US\$ de 1 saco de cemento de 42.5 kg en 2021 |
|-------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Guatemala   | 17.22                                                     | 1.17                                       | 11.0                                                   |
| El Salvador | 11.55                                                     | 1.08                                       | 8.4                                                    |
| Honduras    | 10.92                                                     | 0.78                                       | 9.2                                                    |

*Nota.* Guatemala tiene los precios más altos. Fuente: SICA (2023); Cable.co.uk (2023); Carreteras Pan-Americanas (2021).

Los precios de medicamentos en Guatemala son entre 10 % y más de 100 % más caros que en El Salvador, según el tipo de producto que se compre. Por ejemplo, un medicamento de venta libre como el acetaminofén en el mercado guatemalteco tiene un sobreprecio de 11 %; mientras uno recetado como Eutirox, usado en tratamiento de tiroides, es casi 50 % más caro (Loarca, 2023).

### Sobre la ley de competencia

Una ley de competencia, en general, tiene como funciones principales la protección, abogacía y defensa de la competencia. La primera función comprende prevenir e investigar conductas que atentan o restringen la competencia y el funcionamiento efectivo de los mercados; la abogacía tiene como propósito promover la cultura de competencia entre los agentes económicos; y la defensa incluye sancionar, a efectos de desincentivar y eliminar prácticas contrarias a la libre competencia (Superintendencia de Competencia de El Salvador, 2023). La práctica común es que la ley de competencia se aplique a todos los agentes económicos de un país, con excepción de los soberanos, conforme a la ley tipo promovida por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad) en 2007.

En la actualidad, en el Congreso de la República de Guatemala se discute la aprobación de la ley de

competencia, sobre la base de la iniciativa 5074, que tiene ya dos dictámenes favorables y sugerencias realizadas por diputados y expertos en el tema. Al 10 de abril de 2024 la referida ley ha superado la primera de tres lecturas que requiere el proceso de aprobación.

El contenido de la iniciativa de ley 5074 comprende los temas que debe incluir una ley de competencia; en especial, respecto a las funciones principales antes descritas: defensa de libre competencia y sanción de las prácticas contrarias a la misma (artículos 1 al 7). En este punto aplica la regla *per se* a las prácticas absolutas u horizontales y la regla de la razón a las prácticas relativas o verticales, lo cual significa que debe existir comprobación (artículos 7 y 8). Dichas prácticas no son sancionadas si se comprueba que generan ganancias a la eficiencia o promueven la libre competencia (artículo 10).

En materia de defensa de la competencia, la iniciativa de ley 5074 contempla, en el artículo 16, requerir autorización de fusiones entre empresas cuando su valor es mayor a 840 millones de quetzales según activos y 1080 millones de quetzales según ventas. La fusión puede denegarse en caso tenga efectos contrarios a la libre competencia (artículo 18). El problema es el alto monto del umbral. No obstante, el artículo 22 cataloga como concentraciones irregulares las que exceden los umbrales y no fueron autorizadas o no cumplieron condiciones impuestas cuando se autorizaron. Este tipo de fusiones o concentraciones son sancionadas, según el artículo 22.

Las funciones de promoción de la competencia establecidas en la iniciativa de ley mencionada, contenidas en el artículo 25, comprenden, entre otras: opinión consultiva sobre regulación, asesoría al Organismo Ejecutivo en materia de política de competencia y realización de estudios sobre condiciones de competencia.

La ley propuesta contempla, en el artículo 27, la creación de la Superintendencia de Competencia, cuyas autoridades superiores son el directorio y el superintendente (artículo 28). Según el artículo 30, el directorio se integra por un designado de la Presidencia de la República, de la Corte Suprema de Justicia y del Congreso de la República, quienes deben tener experiencia mínima de tres años en temas de competencia y son nombrados por un período de seis años (artículos 31 y 32). Se observa, entonces, que la

composición es más de carácter político que técnico. Según el artículo 39, el directorio es el órgano que ejerce las funciones propias de la ley de competencia, mientras que el superintendente es la autoridad administrativa de mayor nivel (artículo 67).

En la parte sustantiva, el proceso de investigación sobre prácticas contrarias a la competencia se inicia de oficio o mediante denuncia, según el artículo 95. Lo anterior se considera adecuado porque permite a la superintendencia actuar por iniciativa propia y a los agentes económicos por denuncia. El proceso de administrativo y judicial contempla la investigación, seguimiento y verificación de la denuncia, así como el beneficio de exención o reducción de sanciones. Esto se otorga en caso de que el agente económico investigado elimine la práctica contraria a la competencia o se incorpore al programa de clemencia (artículos 103 y 107).

Las sanciones constituyen principalmente multas, cuyo monto es de hasta 12 millones de quetzales para prácticas relativas y hasta 24 millones para prácticas absolutas (artículo 118). Este criterio difiere del criterio de fijar multas en función del daño incurrido, como se realiza en algunos países, por ejemplo, Chile.

## Conclusiones

El análisis de veinte productos y servicios muestra que la economía guatemalteca se caracteriza por mercados concentrados y con débil competencia. Varios de estos mercados están controlados por una empresa con alta cuota de poder, posición dominante y, en la práctica, constituida en una barrera de entrada a la competencia.

En los mercados analizados se observa la presencia de prácticas horizontales y verticales contrarias a la competencia. Las principales son la restricción de acceso al mercado y la colusión implícita de precios. En productos de importancia como los medicamentos, el porcentaje de sobreprecio puede ser de hasta 100 %.

La restricción de la competencia en los mercados estudiados repercute en un daño económico al consumidor, a través del pago de precios más altos que los existentes en condiciones de libre competencia.

Las condiciones de competencia en los mercados descritos evidencian la necesidad de que el país tenga una ley en la materia, con el propósito de evitar prácticas contrarias a esta, que perjudican al consumidor e impiden el ingreso de nuevos competidores.

Los umbrales establecidos para autorizar fusiones entre empresas se fijan en monto alto, al considerar el tamaño de la economía y composición del tejido empresarial guatemalteco, donde hay una participación de empresas medianas y grandes. En la práctica, el valor de los umbrales supone el

requisito de no solicitar autorización. Por lo tanto, es recomendable revisar el monto de dichos umbrales.

Se recomienda fijar el monto de las multas con base en el daño económico ocasionado a los consumidores o en las ganancias extraordinarias obtenidas por la práctica contraria a la competencia. Esto sería preferible al criterio actual de establecer un máximo equivalente a un número de salarios mínimos, ya que considerar una multa similar o mayor al monto de la ganancia extraordinaria hace que el costo sea mayor que el beneficio de actuar contra la libre competencia.

---

## Referencias

- Torres, J. (2023). *Instrumentos para la evaluación del nivel de competencia en los mercados: Comportamiento de los precios y cuotas de mercado*. Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía. [https://www.juntadeandalucia.es/defensa-competencia/defensa-competencia/export/sites/acrea/promocion-de-la-competencia-y-mejora-de-la-regulacion/estudios-guias-y-otras-publicaciones/.galleries/Estudios-guias-otras-publicaciones/ADCA\\_Trabajo-Investigacion-sobre-los-instrumentos-para-la-evaluacion-del-nivel-de-competencia.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/defensa-competencia/defensa-competencia/export/sites/acrea/promocion-de-la-competencia-y-mejora-de-la-regulacion/estudios-guias-y-otras-publicaciones/.galleries/Estudios-guias-otras-publicaciones/ADCA_Trabajo-Investigacion-sobre-los-instrumentos-para-la-evaluacion-del-nivel-de-competencia.pdf)
- Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M. y Schaefer, S. (2013). *Economics of strategy*. Wiley.
- Cable.co.uk. (2023). *Worldwide mobile data pricing: The cost of 1GB of mobile data in 237 countries Measured June to September 2023*. <https://www.cable.co.uk/mobiles/worldwide-data-pricing/>
- Carreteras Pan-Americanas. (2021, 23 de abril). *República Dominicana reporta los precios más bajos de cemento en Centroamérica*. <https://www.carreteras-pa.com/noticias/republica-dominicana-reporta-los-precios-mas-bajos-del-cemento-en-centroamerica/>
- Coloma, G. (2009). *Defensa de la competencia*. Ediciones Ciudad Argentina.
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia [CNMC]. (2022). *Guía sobre la cuantificación de daños por infracciones del derecho de la competencia*. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/220915%20Borrador%20Gu%C3%A1%20cuantificaci%C3%B3n%20da%C3%B1os%20por%20infracciones%20del%20derecho%20de%20la%20competencia.pdf>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [Unctad]. (2007). *Ley tipo de defensa de la competencia*. [https://unctad.org/system/files/official-document/tdrbpconf5d7rev3\\_sp.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tdrbpconf5d7rev3_sp.pdf)
- Díaz, G. (2021). *Análisis de la concentración de mercados en Guatemala, desde la perspectiva de la ESM economía social de mercado e índices de concentración*. Revista Asies (5). 5-32. <http://www.asies.org.gt/download.php?get=analisis-de-la-concentracion-de-mercados-en-guatemala-desde-la-perspectivas-de-la-economia-social-de-mercado-e-indices-de-concretacion.pdf>
- Díaz, G. (2023). *Análisis de condiciones de competencia en mercados de alimentos*. Revista *Análisis de la Realidad Nacional*, (238), 122-150. <https://rarn.usac.edu.gt/2023/02/16/analisis-de-las-condiciones-de-competencia-en-mercados-de-alimentos/>
- Díaz, G. (2024). *Condiciones de competencia en el mercado de distribución de hidrocarburos* [Inédito]. Departamento de Ciencias Económicas del Instituto de Investigación en Ciencias Socio Humanistas (Icesh), Universidad Rafael Landívar.

- Euromonitor International. (2023, noviembre). *Rice, pasta and noddles in Guatemala*. <https://www.euromonitor.com/rice-pasta-and-noodles-in-guatemala/report>
- FarmaValue Guatemala. (2022a, 22 de junio). *A nuestros clientes*. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=598362821654582&set=a.399867321504134>
- FarmaValue Guatemala. (2022b, 22 de junio). *A nuestros clientes*. Facebook. <https://bit.ly/3SuzPjy>
- Fitch Ratings. (2017, 14 de noviembre). *Cementos Progreso, S. A.* <https://www.fitchratings.com/research/corporate-finance/cementos-progreso-sa-14-11-2017>
- Fuentes, J. (2022). *La economía atrapada*. F&G Editores.
- Loarca, H. (2023, 23 de mayo). *Así están los precios de las medicinas en Guatemala y El Salvador*. Soy 502. <https://www.soy502.com/articulo/asi-son-precios-medicinas-salvador-guatemala-101476>.
- Ministerio de Energía y Minas del Gobierno de la República de Guatemala [MEM]. (2023). *Precios*. <https://mem.gob.gt/que-hacemos/hidrocarburos/comercializacion-downstream/precios-combustible-nacionales/>
- Muñoz, G. (2024, 23 de enero). *La ley de competencia y el ¿miedo a perder privilegios en los mercados?* Plaza Pública. <https://www.plazapublica.com.gt/economia-capturada/articulo/la-ley-de-libre-competencia-y-el-miedo-perder-privilegios-en-los>
- Naldi, M. y Flamini, M. (2014). *The CR4 Index and the Interval estimation of the Herfindahl- Hirschman Index: An empirical comparison*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2448656>
- Sistema de la Integración Centroamericana [SICA]. (2023). *Estadísticas comerciales de combustibles*. Boletín, 41. <https://sen.hn/wp-content/uploads/2022/11/BOLETIN-No.-41-SEMANAL-CCHAC-del-23-al-28-de-octubre-del-2022.pdf>
- Soy 502. (2018, 10 de septiembre). *Guatemala, segundo país con más negocios de ferretería en la región*. <https://www.soy502.com/articulo/guatemala-segundo-pais-mas-negocios-ferreteria-region-32539>
- Superintendencia de Competencia de El Salvador. (2023). *Ley de competencia y su reglamento*. [https://www.sc.gob.sv/site/uploads/Ley\\_competencia\\_y\\_reglamento\\_oct2015.pdf](https://www.sc.gob.sv/site/uploads/Ley_competencia_y_reglamento_oct2015.pdf)
- Tarziján, J. y Paredes, R. (2006). *Organización industrial para la estrategia empresarial*. Pearson Educación.

Diagramación: William González - Edición: Julio Urizar - Fotografía: Pixabay

## CONTACTO

Vicerrectoría de Investigación y Proyección  
Universidad Rafael Landívar

Campus Central, San Francisco de Borja, S.J., Ciudad de Guatemala, Vista Hermosa III, zona 16.  
Apartado postal 29-C, Edificio O, oficina 101, 01016



Instituto de Investigación en Ciencias Socio Humanistas (Icesh)  
Departamento de Ciencias Económicas

PBX: (502) 2426-2626, ext. 3325